

2日間

製品を売るための戦略的で効果的な仕組みを創る

詳細は
セミナーID

JMA100599

検索

46

マーケティング×営業による
戦略的営業力強化セミナー

対象

●若手～中堅の営業担当者
(営業経験がある方)

ねらい・特徴

- ◆ 戦略、マーケティング定石のエッセンスをコンパクトに知り、会社として一貫性のある営業資源重点化、優先順位付けの考え方を習得できます。
- ◆ 営業の短期的売上向上と中長期的なブランド訴求、顧客維持という両側面の考えかたを習得できます。
- ◆ 上記内容を、理論、事例、演習という3段階で習得していきます。

会期・開催地

会場(東京) 2024年 7月23日(火)～24日(水)
2024年12月 4日(水)～ 5日(木)

講師 (敬称略)

濱田 由朗 (株)HIM 代表取締役
静岡大学 客員教授 / 名古屋工業大学 客員教授

参加料 (税込)

日本能率協会法人会員:108,900円/1名
会員外:121,000円/1名
(注)テキスト(資料)費が含まれております。

受講者の声

- 戦略ターゲットの絞り込み、強者弱者の戦略の考え方が理解できたので、実務に活かしたいと思います。(40代 男性 化学 課長クラス)
- マーケティングに関する考え方、ランチャスター戦略が勉強になりました。営業を始めて3年くらいの方に良いと思います。(30代 男性 精密機器 係長・主任クラス)
- 1日目のセグメンテーション、ポジショニング、ターゲットの部分が良かった。営業職になりたての方は考え方自体がおもしろいと思います。(30代 男性 化学 係長・主任クラス)

プログラム

(昼食12:30～13:30)

時間	1日目
10:00	1. 直面する営業上の課題 <ul style="list-style-type: none"> ●よくある営業上の課題(お客様指向の解釈) ●日常感じている営業上の課題ディスカッション <p>個人、グループ演習、全体討議、講評</p>
	2. マーケティング発想の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ●セリングとマーケティングの違い ●マーケティングの本質(シーズとニーズ) ●3C視点(市場・顧客視点、競合視点、自社内部資源視点) ●マーケティング特性の認識 <p>個人、グループ演習、全体討議、講評</p> <p>●戦略的な営業資源配分の重点化と優先順位付け</p>
17:00	3. 営業に役立つマーケティング視点 <p>(1) SBU(戦略事業単位)の認識 (2) 戦略ターゲットの絞り込み</p> <p>個人、グループ演習、全体討議、講評</p> <p>(3) 市場成熟度、普及率の視点</p>
時間	2日目
10:00	3. 営業に役立つマーケティング視点(続き) <p>(4) 強者・弱者の戦略視点 (5) エリアマーケティング戦略視点</p> <p>個人、グループ演習、全体討議、講評</p> <p>(6) 得意先格付け、営業資源配分</p> <p>個人、グループ演習、全体討議、講評</p> <p>(7) 活動計画への展開 (8) 更なる営業力強化に向けて</p>
17:00	4. まとめ